

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel bentuk (X_1), keistimewaan (X_2), mutu kinerja (X_3), mutu kesesuaian (X_4), daya tahan (X_5), Keandalan (X_6), Mudah diperbaiki (X_7), Gaya (X_8), serta Rancangan (X_9) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Pengaruh secara bersama-sama tiap variabel bebas terhadap Kepuasan pelanggan dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 31,244, sedangkan F_{tabel} pada taraf signifikan 0,05 menunjukkan nilai sebesar 1,968. Hal tersebut berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel bebas yang terdiri dari Bentuk (X_1), Keistimewaan (X_2), Mutu kinerja (X_3), Mutu kesesuaian (X_4), Daya Tahan (X_5), Keandalan (X_6), Mudah diperbaiki (X_7), Gaya (X_8), serta Rancangan (X_9) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama

variabel bebas terhadap variabel Kepuasan pelanggan dapat diterima. Besarnya kontribusi variabel Bentuk (X_1), keistimewaan (X_2), mutu kinerja (X_3), mutu kesesuaian (X_4), daya tahan (X_5), Keandalan (X_6), Mudah diperbaiki (X_7), Gaya (X_8), serta Rancangan (X_9) dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,723, menunjukkan bahwa kemampuan variabel Bentuk (X_1), keistimewaan (X_2), mutu kinerja (X_3), mutu kesesuaian (X_4), daya tahan (X_5), Keandalan (X_6), Mudah diperbaiki (X_7), Gaya (X_8), serta Rancangan (X_9) secara bersama-sama memberikan kontribusi kepada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 72,3% sedangkan sisanya sebesar 27,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas (bentuk (X_1), keistimewaan (X_2), mutu kinerja (X_3), mutu kesesuaian (X_4), daya tahan (X_5), Keandalan (X_6), Mudah diperbaiki (X_7), Gaya (X_8), serta Rancangan (X_9)) terhadap Kepuasan pelanggan dilakukan dengan pengujian t-test. Berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa hanya beberapa variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh bentuk (X_1) terhadap Kepuasan pelanggan iPhone adalah 0,283 (B_1) dengan t_{hitung} sebesar 2,275. Besarnya pengaruh keistimewaan (X_2) Kepuasan pelanggan iPhone adalah 0,040 (B_1) dengan t_{hitung} sebesar 0,384. Besarnya pengaruh mutu kinerja (X_3) Kepuasan pelanggan iPhone adalah 0,179 (B_1) dengan t_{hitung} sebesar 2,251. Besarnya pengaruh mutu kesesuaian (X_4) Kepuasan pelanggan iPhone

adalah 0,006 (B_1) dengan t_{hitung} sebesar 0,059. Besarnya pengaruh daya tahan (X_5) Kepuasan pelanggan iPhone adalah 0,015 (B_1) dengan t_{hitung} sebesar 0,195. Besarnya pengaruh Keandalan (X_6) Kepuasan pelanggan iPhone adalah 0,327 (B_1) dengan t_{hitung} sebesar 2,523. Besarnya pengaruh Mudah diperbaiki (X_7) Kepuasan pelanggan iPhone adalah 0,196 (B_1) dengan t_{hitung} sebesar 2,135. Besarnya pengaruh Gaya (X_8) Kepuasan pelanggan iPhone adalah 0,190 (B_1) dengan t_{hitung} sebesar 2,163. Besarnya pengaruh Rancangan (X_9) terhadap Kepuasan pelanggan iPhone adalah 0,546 (B_1) dengan t_{hitung} sebesar 3,228. Dari hasil tersebut terdapat enam variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan yaitu Bentuk (X_1), Mutu kinerja (X_3), Keandalan (X_6), Mudah diperbaiki (X_7), Gaya (X_8), dan Rancangan (X_9).

3. Hasil Pengujian Hipotesis (Pengaruh Dominan), diketahui apabila variabel Kualitas/mutu Kinerja (X_3) mempunyai pengaruh yang dominan jika variabel Kualitas/mutu Kinerja (X_3) merupakan variabel bebas dengan nilai koefisien beta terbesar diantara nilai koefisien beta variabel bebas yang lain. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Rancangan (X_9) mempunyai nilai t_{hitung} (3,228) dan koefisien beta (0,546) yang paling besar yaitu. Sehingga variabel Rancangan (X_9) mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel Rancangan (X_9) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Menilai Kepuasan pelanggan pengguna iPhone di Universitas Brawijaya Malang yang mana mahasiswa dan mahasiswi Universitas Brawijaya Malang merasakan harapannya terpenuhi atau tidak dengan menggunakan iPhone, diharapkan Perusahaan Apple mampu mengaplikasikan strategi diferensiasi produk untuk dapat menciptakan produk yang unik dan berbeda dari perusahaan lain sehingga dapat meningkatkan kepuasan terhadap pengguna iPhone. Dari kesembilan variabel Diferensiasi Produk hanya variabel Bentuk (X_1), Mutu kinerja (X_3), Keandalan (X_6), Mudah diperbaiki (X_7), Gaya (X_8), dan Rancangan (X_9) yang mampu mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan variabel lain seperti Keistimewaan (X_2), Mutu Kesesuaian (X_4), dan Daya tahan (X_5) kurang mampu mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sehingga diharapkan Perusahaan Apple mampu mengembangkan strategi dalam Keistimewaan (X_2), Mutu Kesesuaian (X_4), dan Daya tahan (X_5) yang lebih baik untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna iPhone khususnya pengguna iPhone di Universitas Brawijaya Malang.
2. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan rancangan produk, karena variabel rancangan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu

dengan mempertahankan serta meningkatkan tampilan dan fungsi produk sehingga Kepuasan pelanggan akan meningkat.

3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Kepuasan pelanggan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

